інше). В цілому, прийняття рішення залежить від сформованих стереотипів про країну, відгуків інших туристів. Поганий імідж чи його відсутність негативно впливають в розвитку в'їзного туризму.

Таким чином, імідж країни слід розглядати як її стратегічне надбання, сукупність емоційних та раціональних уявлень, що випливають на особистість шляхом співставлення всіх культурних, історичних, рекреаційних переваг країни, досвіду та уявлень, які впливають створення її певного образу.

Список використаної літератури:

1. Джинджоян В.В., Саленко А.С., Сазонець І.Л. Соціальні детермінанти розвитку сфери послуг в концепції формування постіндустріального суспільства. Рівне. Волин. обереги, 2021. 208 с.
2. Джинджоян В. В. Базисні детермінанти розвитку туристичних підприємств на основі їх соціальної діяльності : монографія. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2020. 248 с.
3. Всесвітня туристична організація. URL: http://xn--h1ahbi.com.ua/info/117-unwto-united-nations-world-tourism-organization-vsemirnaya-turisticheskaya-organizaciya-oon-yunvto.html. (дата звернення: 22.02.2022 р.).
4. Бондаренко М.П. Теретичні засади розвитку індустрії туризму. *Економічний часопис XXI*. 2012. № 3-4. С. 19-22
5. Гайдук А.Б. Фактори формування та розвитку туристичної системи в ринкових умовах. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9710/1/30.pdf. (дата звернення: 22.02.2022 р.).

Сазонець І.Л.
доктор економічних наук, професор
професор кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу
Дніпровського гуманітарного університету

Чумак А.В.
здобувач вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Дніпровського гуманітарного університету

ІНСТИТУЦІЙНА СИСТЕМА СФЕРИ ПОСЛУГ НА ПРИКЛАДІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В КОРОЛІВСТВІ ІСПАНІЯ

Сфера послуг є найважливішим драйвером розвитку світової економіки. Особливо динамічними сферами є ІТ-технологій, транспортна галузь,

логістичні послуги, міжнародна торгівля. До недавнього часу динамічно розвивався також туризм, однак в умовах пандемії ця галузь пішла на спад. Сильної стороною туристичної галузі, як всієї сфери послуг є усталена та ефективна інституційна система. В туристичній сфері ця система характеризується наявністю світового центру прийняття рішень та надання рекомендації – UNWTO, діяльністю національних регуляторів туристичної діяльності у різних країнах, наявністю міжнародних договорів, документів, регламентів у сфері туристичної діяльності. Крім UNWTO існує багато інших громадських об'єднань, неурядових організацій, міжнародних організацій, що функціонують у споріднених сферах діяльності, наприклад організацій сфер охорони здоров'я, міграції, праці та ін. Основи інституційної системи досліджено авторами в [1, 2, 3, 4].

Є актуальним дослідження інституційної системи регулювання туристичної діяльності в провідній туристичній країні світу – Королівстві Іспанія. Туризм в Королівстві Іспанія відіграє важливу роль в економіці держави. Частка доходів від іноземного туризму складає 60 %, в той час, як в Україні ця частка складає 1,6% [5]. За останні десять років держава зробила прорив в розвитку туристичної діяльності, та в останні роки займає друге місце по кількості туристів, після Франції [6]. Туристична діяльність на загальнодержавному рівні в Іспанії визначається Законом № 48/1963 «Про компетенцію у галузі туризму» та Декретом «Про діяльність приватних підприємств» від 14 січня 1965 р. [7].

З метою залучення туристів Іспанія використовує маркетинг. Для вирішення цієї задачі була створена організація Turespaña. Організація активно просуває туризм в Іспанії на міжнародній арені. Переважно її діяльність направлена на європейські країни. За підрахунками Всесвітньої туристичної організації країну більше всього відвідують туристи з Франції, Німеччини, Великобританії.

Ця організація має широку мережу інформаційних офісів в Іспанії та 33 представництва у різних країні світу. Інститут повністю фінансується з держбюджету. Завдяки цьому Іспанія посідає перше місце у світі за обсягом річного бюджету, що витрачається на просування національного туристичного продукту за кордоном. Бюджет Turespaña складає близько 80 млн. євро на рік. [8].

Держава з кожним роком використовує нові інструменти до залучення іноземних туристів. Наприклад, в Барселоні була створена «Tourisme de Barcelona» - організація яка займається просуванням туризму в Каталонській столиці.

Також в Королівстві є наступні програми, які напралені для покращення сервісу для гостей це «Madrid City Pass», «Barcelona City Pass». Ці програми включають в себе головні пам'ятки, знижки на готелі та ресторани та громадський транспорт.

Також, на державному рівні прийнято низку програм з підвищення якості туризму в Іспанії на основі положень стійкого розвитку: Комплексний

план підвищення якості туризму Іспанії (Plan Integral de Calidad del Turismo Español) та Національний план розвитку туризму (Plan Nacional e Integral de Turismo).

Державна готельна мережа Paradores de Turismo de España є головним регулятором готельного бізнесу. До складу цієї організації входить 93 готелі, які здебільшого розміщенні в історичних будівлях (замках, палацах, монастирях)[9].

На ринку Іспанії представлені туристичні агенції та туроператори, такі як Transrutas, Iberojet, Sol Melia, Aviotel, Viajes PerTur, Arqueo Travel та інші, які свідчать про розвиненість туризму в даній країні.

Отже, розвиток інституційної сфери туристичної діяльності в Іспанії є прикладом дієвої державної політики в сфері туризму.

Список використаної літератури:

1. Джинджоян В.В., Саленко А.С., Сазонець І.Л. Соціальні детермінанти розвитку сфери послуг в концепції формування постіндустріального суспільства. Рівне. Волин. обереги, 2021. 208 с.
2. Сазонець І.Л., Зима І.Я. Соціальні інститути в трансформації державної системи управління охороною здоров'я. Рівне. Волинські обереги, 2018. 168 с.
3. Сазонець І.Л., Вівсянник О.М. Інституційна теорія як складова механізмів державного управління. *Ключевые проблемы современной науки – 2020*: Матеріали XVI Міжн. наук.-практ. конф. Софія, Болгарія. Освіта і наука : 2020. С. 20–23.
4. Сазонець І.Л., Вівсянник О.М. Сутність міжнародних організацій та визначення передумов їх співпраці з органами державного управління. *Актуальні проблеми теорії і практики менеджменту в контексті євроінтеграції :* матеріали IX Міжнар. наук.-практ. конф. вчених, молодих науковців, аспірантів та студентів. Рівне : НУВГП, 2020. С. 456–459.
5. Global tourism industry – Statistics & Facts URL: https://www.statista.com/topics/962/global-tourism. (дата звернення: 22.02.2022 р).
6. Туризм в Іспанії. URL: /https://uk.wikipedia.org/wiki/**.** (дата звернення: 22.02.2022 р).
7. Офіційний сайт Міністерства промисловості, енергетики та туризму Іспанії. URL: www.minetur.gob.es/es-es/Paginas/index.aspx14. (дата звернення: 22.02.2022 р).
8. Офіційний сайт Інституту туризму Іспанії. URL: www.tourspain.es/es-es/ Paginas/index.aspx. (дата звернення: 22.02.2022 р).
9. Офіційний сайт Державної готельної мережі Paradores de Turismo de España. URL : www.parador.es. (дата звернення: 22.02.2022 р).